



KATILIM BANKACILIĞI (*) TERCİHİNİ ETKİLEYEN FAKTÖRLER: RİZE ÖRNEĞİ

(Araştırma Makalesi)

Önder DİLEK (**)

Öz

Katılım bankaları başta faiz olmak üzere İslami hassasiyetleri temel alarak finansal piyasalara girme konusunda tedirgin olan fonları sisteme kazandırmayı hedeflemektedir. Türkiye’de katılım bankacılığı hizmetlerinin sektördeki payı giderek artsa da hala düşük seviyelerdedir. Rize’de toplam mevduatlar içinde katılım bankalarının oranı %16,5 seviyesindedir. Bu çalışma, Rize ölçeğinde katılım bankacılığı tercihinde etkili olan faktörlerin tespit edilmesi amacıyla gerçekleştirilmiştir. Uygulamada kullanılacak verilerin temini için 652 birey ile online anket gerçekleştirilmiştir. Anketlerden elde edilen verilerle logit model tahmin edilmiştir. Cinsiyet, eğitim durumu, aylık ortalama gelir, eşin çalışma durumu, yaş, ikamet edilen yer, faize karşı hassasiyet ve dini konularda hassasiyet değişkenlerinin katılım bankacılığı tercihini etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca, katılım bankası müşterilerinin bankadan aldıkları hizmetlerde önem verdikleri faktörler incelenmiştir. Bunlardan ilk beş faktör sırasıyla; cazip finansman desteği ve ödeme imkânları, reklam ve tanıtımlar, diğer bankalarda olmayan hizmetler, cazip ürün ve hizmet tarifeleri ile bankanın internet sitesinin güvenliğinin yüksek olması olarak tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Bankacılık Sektörü, Katılım Bankacılığı, Tüketici Tercihleri, Logit Model, Rize.

JEL Sınıflandırması: D10, D12, D14

*) Uluslararası alanda Katılım Bankacılığı yerine İslami Bankacılık ismi kullanılmaktadır. Bu nedenle makalede uluslararası literatürden bahsederken İslami Bankacılık terimi kullanılmıştır.

**) Dr. Öğretim Üyesi, Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi, Fındıklı Uygulamalı Bilimler Yüksekokulu, Finans ve Bankacılık Bölümü, (e-posta: onder.dilek@erdogan.edu.tr)
ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-6659-4962>

Factors Affecting the Choice of Islamic Banking: The Case of Rize

Abstract

Islamic banks aim to bring funds into the system that are anxious about entering the financial markets within the framework of Islamic sensitivities, especially interest. Although the share of Islamic banking services in the sector is increasing gradually in Turkey, it is still at low levels. The ratio of Islamic banks in total deposits in Rize is 16.5%. This study was carried out to determine the factors that are effective in the choice of Islamic banking in Rize scale. In order to obtain the data to be used in the application, an online survey was conducted with 652 individuals. The logit model was estimated with the data obtained from the questionnaires. It has been concluded that the variables of gender, education level, monthly average income, spouse's employment status, age, place of residence, sensitivity to interest and sensitivity to religious issues affect participation banking choice. In addition, the factors that Islamic bank customers attach importance to in the services they receive from the bank were examined. The first five factors are respectively; attractive financing support and payment opportunities, advertisements and promotions, services not available in other banks, attractive product and service tariffs, and high security of the bank's website.

Keywords: Banking Sector, Islamic Banking, Consumer Choice, Logit Model, Rize.

JEL Classification: D10, D12, D14

Giriş

Bankacılık sektörü, finansal piyasalardaki en önemli aktörlerden biri olarak ülke ekonomileri için itici güç konumundadır. Türkiye’de bankalar devlet sermayeli bankalar, özel sermayeli bankalar, yabancı bankalar ve İslami (katılım) bankalar olarak dört türde ifade edilebilir. İslâm dini faizi yasaklaması (2/Bakara/275) nedeniyle katılım bankacılığı işlemlerinde faiz yer almamaktadır. Faiz hassasiyetini ön planda tutan katılım bankacılığı “her türlü bankacılık faaliyetlerini gerçekleştiren, kâr ve zarara katılma esasına göre fon toplayıp ticaret, ortaklık ve finansal kiralama gibi yöntemlerle fon kullandıran bir bankacılık modeli” olarak tanımlanmaktadır (Türkiye Katılım Bankaları Birliği [TKBB], 2021a).

Katılım bankacılığında hem banka hem de müşteri tarafından bilinen ve onaylanan bir kâr payı oranı vardır. Dolayısıyla paranın alış veriş veya satışı yoktur. Bunun yerine bir ticari faaliyet vardır. Temelde ticari bankalar ile katılım bankalarının ayrıldığı nokta burasıdır. Birisi parayı satarken diğeri parayla aldığı ürünleri satarak ticari bir faaliyette bulunur. Katılım bankacılığı ticari bankalara göre daha hızlı büyüyen bir endüstri olmuştur (Dusuki ve Abdullah, 2006). Sadece Müslüman ülkelerde değil Müslüman olmayan ülkelerde de İslami finansal ürünler kabul görmekte (Atkinson ve Messy, 2011) ve sistem içerisindeki payı artmaktadır. Katılım bankacılığı hizmetlerinin Müslüman ülkelerde artmasının bir nedeni de, bu ülkelerin özellikle Arap ülkelerindeki sermayeyi çekme

amacı ile sistemin dini ve ahlaki açıdan ilgi çekici olmasıdır (Amin, Rahman ve Razak, 2014).

Türkiye’de katılım bankacılığı hizmetleri, Albaraka Türk Katılım Bankası (230 şube), Emlak Katılım Bankası (58 şube), Kuveyt Türk Katılım Bankası (438 şube), Türkiye Finans Katılım Bankası (317 şube), Vakıf Katılım Bankası (118 şube) ve Ziraat Katılım Bankası (109 şube) tarafından verilmektedir. Rize’de tüm katılım bankalarının şubesi bulunmakta ve bu bankalarda 2020 yılsonu itibariyle 5.428.643 TL olan toplam mevduatların içinde katılım bankalarının payı 895.764.000 TL tutarındadır (TKBB, 2021b). Rize’de toplam mevduatlar içinde katılım bankalarının oranının %16,5 seviyelerinde olması katılım bankacılığı tercihine yönelik bir çalışma yapılmasının motivasyon kaynağını oluşturmuştur. Bu sayede sektörde yer alan bankalara, hem müşteri sayısının yükseltilmesine hem de mevduat oranlarının artırılmasına katkı sağlayacak önerilerde bulunulması hedeflenmektedir.

Beş bölümden oluşan çalışmanın giriş bölümünün ardından ikinci bölümde katılım bankacılığı ve Türkiye’deki gelişimi hakkında bilgi verilmiş, üçüncü bölümde ise literatür taramasına değinilmiştir. Dördüncü bölümde veri seti ve yöntem ele alınmıştır. Beşinci bölümde analiz ve bulgulara yer verilerek çalışma sonuç bölümüyle tamamlanmıştır.

1. Katılım Bankacılığının Dünya ve Türkiye’deki Gelişimi

Pakistanlı Muhammed Uzeyr’in 1955 yılında ortaya attığı İslami bankacılık fikri, sistemin başlangıç noktası sayılmaktadır (Ersoy ve Hazıroğlu, 2019). Modern anlamda ilk İslami Banka ise 1963 yılında Ahmad El-Najjar tarafından kurulan Mith Ghamr Tasarruf Bankası olmuştur (Görmüş ve Yabancı, 2019). Katılım bankaları İslami anlayışa sahip ve İslami hassasiyetleri baz alarak finansal piyasalara gelmeyen fonları sisteme dahil etmeyi hedeflemektedir. Bu sayede sektörde yatırımcılar ve tasarruf sahipleri arasında aracılık görevini yerine getirmekte ve ülke ekonomisinin ihtiyaç duyduğu fonların artmasına katkı sağlamaktadır (Gençtürk ve Çobankaya, 2015). Katılım bankaları geleneksel bankaların fon kullandırma işlemlerinden farklı olarak müşterinin ihtiyaç duyduğu malı veya hizmeti önce kendisi satın almakta ardından bir kâr payı ekleyerek çeşitli vade imkânlarıyla müşteriye satmaktadır (Albayrak ve Özsoy, 2019).

Belirtilen faaliyetler ülkemizde katılım bankacılığı adıyla kullanılsa da uluslararası alanda İslami bankacılık olarak adlandırılmaktadır. Sistemin en belirgin özelliği faizsiz bir ekonomik sistem geliştirilmeye çalışılmasıdır (Gençtürk ve Çobankaya, 2015). Türkiye’de 1980’li yıllarla birlikte Özel Finans Kurumların kurulmasıyla katılım bankacılığın temelleri atılmıştır (Hazıroğlu, 2019). 2006 yılına gelindiğinde 5411 sayılı Bankacılık Kanunu’nda özel finans kuruluşlarının adı “Katılım Bankası” olarak değiştirilmiştir (Törenek ve Yavuz, 2019).

Ülke ekonomileri için vazgeçilmez bir itici güç olan bankalardan bahsedildiğinde akla ilk olarak ticari bankalar gelse de, son yıllarda Türkiye’de katılım bankacılığı hizmetleri-

nin sektördeki payı giderek artmaktadır. Bu artışa ait detaylar tablo 1’de gösterilmektedir. Türkiye’de toplam 54 banka faaliyet göstermektedir. Bunların 32’si mevduat, 14’ü kalkınma ve yatırım, 6’sı katılım ve 2’si TMSF bünyesindeki bankalardır (Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu [BDDK], 2021). Türkiye’de faaliyet gösteren 6 katılım bankası toplamda 1.255 şube, 16.849 personel ve 437,1 milyar TL aktife sahiptir (TKBB, 2020a: 13).

Tablo 1. Katılım Bankacılığı Aktif Gelişim (Milyon TL)

Yıl	Bankacılık Sektörü	Yıllık Büyüme (%)	Katılım Bankaları	Sektördeki Büyüme (%)
2005	406.915	0	9.945	2,44
2010	1.006.672	28,88	43.339	4,31
2015	2.357.453	15,27	120.253	5,10
2020	6.107.832	53,75	437.092	7,16

Kaynak: TKBB, 2020b, Türk Finans Sisteminde Katılım Bankacılığı, <https://tkbb.org.tr/>

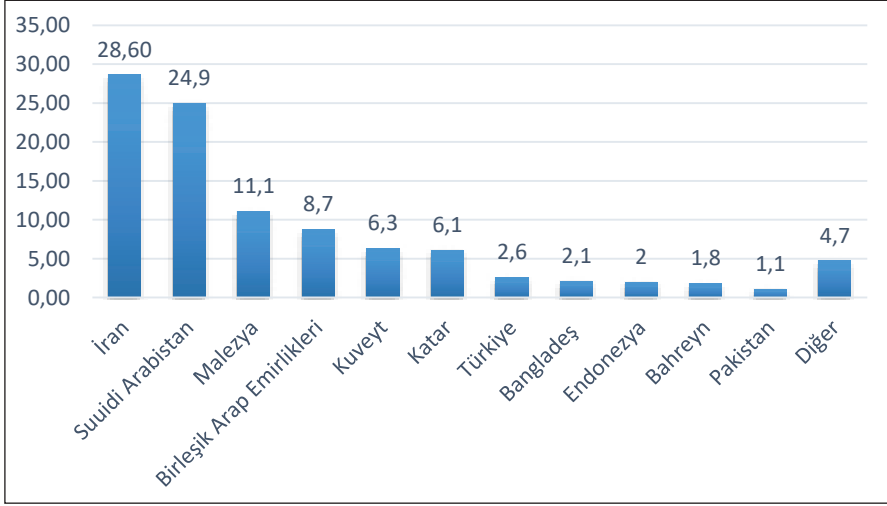
Tablo 1’de görüldüğü üzere, katılım bankacılığı sektörü aktif gelişimi açısından 2005 yılında %2,44 büyüme oranı elde etmişken bu oran her geçen yıl artmış 2010’da %4,31, 2015’te 5,10 ve 2020 yılsonu itibarıyla ise %7,16’ya yükselmiştir.

Tablo 2. Türk Bankacılık Sektör Rakamları

Banka	Sayı	Aktifler (%)	Toplanan Fonlar (%)	Kullandırılan Fonlar (%)
Mevduat	32	86,49	90,70	85,82
Katılım	6	7,16	9,30	6,61
Kalkınma ve Yatırım	14	6,35	-	7,57
Toplam	52	100	100	

Kaynak: TKBB, 2020b Türk Finans Sisteminde Katılım Bankacılığı, <https://tkbb.org.tr/>

Türkiye’de toplanan fonların %90,7’si mevduat bankalarına aitken bu oran katılım bankaları için %9,3’tür. Kullandırılan fonlar açısından incelendiğinde ise mevduat bankalarının payı %85,82 ve katılım bankalarının payı ise %6,61’dir. Görüldüğü üzere sektör içerisinde katılım bankalarının payı hala düşük seviyelerdedir. Ayrıca, Dünya İslami (Katılım) Bankacılık sektörüyle kıyaslandığında Türkiye’nin payının oldukça düşük olduğu görülmektedir. Bu durum grafik 1’de gösterilmektedir.



Grafik 1: İslami bankacılık varlıklarının ülkelere göre dağılımları
(Kaynak: ISFB, 2021, <http://www.ifsb.org>).

İslami bankacılık varlıklarının ülkelere göre dağılımında %28,6'lık pay ile İran'ın ilk sırada yer aldığı görülmektedir. İkinci sırada %24,9 ile Suudi Arabistan ve üçüncü sırada ise %11,1 ile Malezya gelmektedir. Ardından sırasıyla; %8,7 Birleşik Arap Emirlikleri, %6,3 Kuveyt, %6,1 Katar, %2,6 Türkiye, %2,1 Bangladeş, %2 Endonezya, %1,8 Bahreyn %1,1 Pakistan ve %4,7 diğer ülkeler yer almaktadır (<http://www.ifsb.org>, E.T. 12.05.2021).

2. Literatür Taraması

Katılım bankacılığı tercihinine yönelik ulusal ve uluslararası düzeyde yapılmış birçok çalışma incelenmiştir. Türkiye'yi inceleyen çalışmalar ve diğer ülkeleri inceleyen çalışmalar olarak kısaca özetlenmiştir.

Türkiye'de yapılan bazı çalışmalar özetle şu şekildedir.

Özsoy, Görmez ve Mekik (2013), katılım bankalarının tercih edilme nedenlerini belirlemek için Bolu ilinde 3 katılım bankasının 217 müşterisine anket uygulamışlardır. Çalışma sonucunda, bu tercihteki en belirleyici faktörlerin hizmet ve ürün kalitesi, imaj ve güven, personel kalitesi ve son olarak dini etkiler olduğu tespit edilmiştir.

Gençtürk ve Çobankaya (2015), Katılım bankalarına yönelik algıları ölçmek amacıyla Antalya, Burdur ve Isparta kapsamında 470 kişiye anket uygulaması yapılmıştır. Katılım bankası müşterisi olmayanların katılım bankalarını diğer bankalardan farklı bulmadıkları, banka müşterilerinin ise tercih nedenleri arasında dini hassasiyetlerin ilk sırada yer almadığı görülmüştür.

Yıldırım ve Çakar (2016), Müşterilerin katılım bankacılığına karşı bakış açılarını değerlendirmişlerdir. Bu değerlendirmede hizmet kalitesi, şeffaflık, dini hassasiyet, güvenilirlik ve bilinirlik değişkenleri kullanılmıştır. 708 akademik personele online anket uygulanmış ve analiz sonuçlarında katılım bankacılığı kullanım niyetini etkileyen en önemli faktörün hizmet kalitesi algısı olduğu, dini hassasiyetlerin ise katılım bankacılığı kullanımında bir etkisinin olmadığı tespit edilmiştir.

Anaç ve Kaya (2017), Katılım bankaları tercih edilme nedenlerini belirlemek amacıyla İstanbul'da faaliyette bulunan 4 bankanın 423 müşterisine anket uygulamışlardır. Bankanın faizsiz kurum imajı ve popülaritesi, dini hassasiyetler ve çalışanların yaklaşımı faktörlerinin katılım bankası tercihleri üzerinde etkili olduğu tespit edilmiştir.

Tekin (2019), Üniversite öğrencilerinin katılım bankacılığı algı ve bilgi düzeylerini belirlemek amacıyla 293 öğrenciye anket uygulaması gerçekleştirmiştir. Çalışmada öğrencilerinin Katılım Bankacılığa yönelik bilgi ve farkındalık düzeylerinin çok düşük olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Diğer taraftan din faktörünün katılım bankacılığı tercihinde olumlu bir faktör olduğu tespit edilmiştir.

Törenek ve Yavuz (2019), Yirmi üç şehirde 516 katılım bankası müşterisine anket uygulayarak katılım bankalarını tercih etme nedenlerini incelemişlerdir. Sonuç olarak; personelin samimi ve yardımsever olması, saygı ve hürmet, hizmet kalitesi, personeli ile yakın ilişkiler ve dini hassasiyetlerin katılım bankalarını tercih etmede etkili olduğu tespit edilmiştir.

Diğer ülkelerde yapılan bazı çalışmalara ise aşağıda özetlenmektedir.

Dusuki ve Abdullah (2007), Malezya ölçeğinde 750 müşteri ile anket uygulaması yaparak İslami banka tercih nedenlerini araştırmışlardır. Sonuç olarak çalışanların bilgili olması, yetenekli olması ve saygılı olmalarının bu tercihi etkileyen en önemli nedenler olduğu tespit edilmiştir.

Al-Ajmi, Hussain ve Al-Saleh (2009), İslami bankalar ile diğer bankaların tercihinde etkili olan nedenleri belirlemek için Bahreyn ölçeğinde 655 müşteriye anket uygulamışlardır. Çalışma sonucunda dini inanç, hizmet kalitesi, etkinlik, personel durumu ve şube ulaşımın kolay olmasının İslami banka tercihinde etkili olduğu belirlenmiştir.

Khattak ve Rehman (2010), Pakistan'da 156 müşteriye İslami bankacılık memnuniyet ve farkındalık düzeyini analiz etmişlerdir. Katılım bankacılığı kullanan müşterilerin eğitim seviyesinin yüksek, gelir seviyesinin orta düzey ve 21-40 yaş aralığında olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Marimuthu, Jing, Gie, Mun ve Ping (2010), 450 kişiye uyguladıkları anket çalışması ile İslami bankacılığın tercihinde etkili olan faktörler tespit edilmeye çalışılmıştır. Çalışmanın sonucunda maliyet, fayda, kolaylık, çevre etkisi faktörlerinin İslami bankacılığı tercih etmede etkili olduğu tespit edilmiştir.

Mumu ve Guozho (2012), İslamabad ölçeğinde 200 İslami banka müşterisine anket uygulayarak İslami bankaların tercihi üzerine bir çalışma gerçekleştirmişleridir. Müşteri-

lerin %61,5'nin dini nedenlerden dolayı tercihlerinin önemli olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca müşterilerinin %95'i banka çalışanlarından, %97'si banka hizmetlerinden, %93,5'i bankanın konumundan memnun oldukları sonucuna ulaşmıştır.

Ramadan (2013), İslami banka müşterilerinin seçim ölçütlerini Ürdün ölçeğinde araştırmıştır. Tek başına dini nedenlerin İslami bankacılık tercihini etkilemediği sonucuna ulaşmıştır. Diğer taraftan güler yüzlü hizmet, banka ürünlerinin fiyatı ve İslami imajın bu tercihte ilk üç sırada olduğu tespit edilmiştir.

3. Metodoloji

3.1. Araştırma Etiği

Bu araştırmaya başlamadan önce Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimler Etik Kurulundan 23.03.2021 tarihinde (Toplantı K. Sayısı:2021/71) etik izni alınmış olup Etik Kurul Onayı mevcuttur. Araştırmaya katılımda gönüllülük esas alınmış ve kişisel verilerin korunmasına dikkat edilmiştir. Araştırma yapılırken etik ilkeler göz önünde bulundurulmuştur.

3.2. Veri Seti ve Yöntem

Araştırmanın veri seti, Rize ilinde (il merkezi, ilçe, belde, köy) ikamet eden bireylere uygulanan anketlerden elde edilen yatay kesit verilerinden oluşmaktadır. 2021 yılına göre Rize il nüfusu 344.359'dur (www.tuik.gov.tr, E.T: 10.04.2021). Bu ana kütleli temsil edecek minimum örnek büyüklüğü ve dolayısıyla uygulanacak anket sayısı %5 önem düzeyinde, %5 hata payı ile yaklaşık 384 olarak tespit edilmiştir. Anketler 25.03.2021-15.04.2021 tarihleri arasında 652 kişiye online olarak uygulanmıştır. Elde edilen veriler SPSS paket programı yardımıyla analiz edilmiştir. Anket tasarımının uygunluğunu ve ifadelerin anlaşılabilirliğini test etmek için 55 kişilik bir grupla pilot çalışma yapılmıştır. Pilot çalışmanın ardından toplam 28 sorudan oluşan anket tasarlanması tamamlanmıştır. Üç bölümden oluşan anketin ilk bölümünde katılımcıların demografik özelliklerine dair 9 soru, ikinci bölümde katılım bankacılığı hakkındaki görüşlere yönelik 8 soru ve son bölümde ise katılım bankacılığı hizmetinde önem verilen hususların yer aldığı beşli likert ölçekli (1=Kesinlikle Katılmıyorum,... 5=Kesinlikle Katılıyorum) 11 soru yer almaktadır. Araştırmada kullanılan likert ölçekli değişkenlerin Cronbach alfa değeri $\alpha=0,911$ olması ankette kullanılan ölçeklerin güvenilir olduğunu göstermektedir.

3.3. Logit model

Çalışmada bağımlı değişken ile bağımsız değişkenler arasında anlamlılık ilişkisi Pearson Ki-Kare testi ile aranmıştır. Anlamlılık ilişkisi bulunan değişkenler ile de logit model tahmin edilmiş ve bireylerin katılım bankacılığı tercih etme olasılıkları araştırılmıştır. Logit model, kategorik olan bağımlı değişkenin ikili olduğu durumlarda kullanılan model-

lerden biridir (Özer, 2004) ve 1 numaraları formül biçimindeki lojistik birikimli dağılım fonksiyondan (BDF) türetilmektedir.

$$P_i = \frac{1}{1+e^{-I_i}} = \frac{1}{1+e^{-(\beta_0+\beta_i X_i)}} \quad (1)$$

Burada, I_i , $-\infty$ ile $+\infty$ arasında değer almaktadır. P_i ile I_i arasında doğrusal olmayan bir ilişki bulunmakta ve P_i ; 0-1 arasında değer almaktadır. Ayrıca, P incelenen olayın gerçekleşme olasılığını, I ise iki sonuçlu bağımlı değişkeni ifade etmektedir. Bağımsız değişken k adet olduğunda,

$$L_i = l_n \left(\frac{P_i}{1-P_i} \right) = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \dots \beta_k X_k + n_i \quad (2)$$

biçimini alır. Bu çalışmada $\left(\frac{P_i}{1-P_i} \right)$ bireylerin katılım bankacılığı kullanma olasılığının kullanmama olasılığına oranıdır. Bağımlı değişken iki değerli tercih belirtiyorsa bu veriler “0” ya da “1” değerlerini alan kukla değişkenlerle nicel hale getirilir (Tatlı, 2013). Aynı işlem kategorik olan bağımsız değişkenler için de söz konusudur.

Bu çalışmada bağımlı değişken için katılım bankacılığı kullananlar “1”; kullanmayanlar, “0” değerini alacaktır. Katılım bankacılığı tercihinde etkili olacağı düşünülen değişkenler; cinsiyet, yaş, medeni durum, eşin çalışma durumu eğitim durumu, meslek, ailedeki birey sayısı, aylık ortalama gelir ve ikamet edilen yerin yer aldığı “demografik ve ekonomik değişkenler” ile katılım bankacılığı kullanmak daha faydalıdır, katılım bankacılığı kullanmak daha fazla prestij sağlar, katılım bankacılığı kullanmak daha güvenlidir, katılım bankacılığı kullanmak yaşam tarzına daha uygundur, faize karşı çok hassasımdır, dini konularda hassasımdır, bankacılık işlemlerinde çevre faktörünün yer aldığı “katılım bankacılığı hakkındaki görüşlerden” oluşmaktadır. Modelde yer alan bağımsız değişkenlerin tümü nitel değişken oldukları için 0 ve 1 değeri alan kukla değişkenler ile temsil edilmiştir. Bu veriler tablo 7’de gösterilmektedir.

Logit modelin açıklayıcılığı Cox&Snell R^2 ve Nagelkerke R^2 değerlerine göre yorumlanabilmektedir. Değerler 1’e yaklaştıkça bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkeni açıklama gücü yükselmektedir (Çokluk, 2010). Hosmer and Lemeshow testi ile modelin bir bütün olarak uyumun iyiliği ölçülmektedir. Bu teste ait sig önem değerinin 0,05’den büyük olması oluşturulan modelin uyumunun iyi olduğu şeklinde yorumlanabilmektedir (Hosmer and Lemeshow, 2000).

4. Bulgular ve Analiz

Çalışmaya katılan örnekleme ait demografik özellikler tablo 3’te gösterilmektedir. Buna göre, katılımcıların %60,6’sı erkek, %39,4’ü ise kadındır. Medeni duruma göre %69,8’i evli, %30,2’si ise bekârdır. Yaş dağılımları incelendiğinde %16,7’si 18-25 yaş, %25,6’sı 28-35 yaş, %28,7’si 36-45 yaş, %20,4’ü 46-55 yaş ve %8,6’sı 56 ve üzeri yaşta olduğu görülmektedir. Ailedeki birey sayısı incelendiğinde %14’ü 1-2 kişi, %51,4’ü 3-4

kişi, %26,8'i 5-6 kişi ve % 7,8'i ise 7 ve üzeri kişi sayısındadır. Aylık ortalama gelirleri incelendiğinde %17,5'i 3.000 TL'ye kadar, %14,4'ü 3001-4500 TL, %17,5'i 4501-6000 TL, %14,6'sı 6001-7500 TL, %19,3'ü 7501-9000 TL aralığında ve %16,7'si ise 9001 TL ve üstü gelir seviyesindedir. Buna göre katılımcıların %50,6'sının 6001 TL ve üzeri bir gelire sahip olduğu görülmektedir. Eğitim durumu bakımından %10,3'ü ilköğretim, % 25,5'i lise, %40,5'i üniversite ve %23,8'i lisansüstü mezundur. Meslekler incelendiğinde katılımcıların %33,6'sı kamu personeli, %25,4'ü özel sektör çalışanı, % 18,5'i esnaf, %11,4'ü öğrenci, % 5,3'ü emekli ve %5,8'i işsizdir. Meslek içerisinde en yüksek oranın kamu personeli olduğu görülmektedir. Son olarak katılımcıların %63,7'si il merkezinde, % 36,3'ü diğer (ilçe/köy) yerlerde ikamet etmektedir.

Tablo 3. Demografik Göstergeler

Değişken		Sayı	%	Değişken		Sayı	%
Cinsiyet	Erkek	395	60,6	3000 TL'ye kadar	114	17,5	
	Kadın	257	39,4		3001-4500 TL	94	14,4
Medeni Durum	Evli	455	69,8	Gelir	4501-6000 TL	114	17,5
	Bekâr	197	30,2		6001-7500 TL	95	14,6
Yaş	18-25	109	16,7	7501-9000 TL	126	19,3	
	26-35	167	25,6	9001 TL +	109	16,7	
	36-45	187	28,7	Eğitim Durumu	İlköğretim	67	10,3
	46-55	133	20,4		Lise	166	25,5
	56+	56	8,6		Üniversite	264	40,5
Eş Çalışma	Evet	277	42,5	Lisansüstü	155	23,8	
	Hayır	178	27,3	Kamu Personeli	233	33,6	
Birey Sayısı	Bekâr	197	30,2	Özel Sektör	176	25,4	
	1-2	91	14,0	Meslek	Esnaf	128	18,5
	3-4	335	51,4		Öğrenci	79	11,4
	5-6	175	26,8		Emekli	37	5,3
	7+	51	7,8		İşsiz	40	5,8
İkamet Yeri	İl Merkezi	415	63,7				
	Diğer	237	36,3				

Tablo 4'te ise katılım bankacılığı hakkındaki görüşlere yer verilmiştir. Buna göre, katılımcıların %23,3'ü katılım bankacılığı kullanırken, %76,7 gibi büyük bir çoğunluğu bu hizmeti kullanmamaktadır. Ayrıca katılımcıların %35'i katılım bankacılığını faydalı bulmakta, %18,9'u katılım bankacılığı kullanmanın daha fazla prestij sağladığını düşün-

mekte, %50,6'sı daha güvenli bulmakta, %33,3'ü yaşam tarzına daha uygun olduğunu ifade etmekte, %33,7'si faize karşı çok hassas olduğunu ifade etmektedir. Katılımcıların %73,8 gibi büyük çoğunluğu ise dini konularda hassas olduğunu belirtmişlerdir.

Tablo 4. Katılım Bankacılığı Hakkındaki Görüş

Değişken		Sayı	%
Katılım bankacılığı kullanma durumu	Evet	152	23,3
	Hayır	500	76,7
Katılım bankacılığı kullanmak daha faydalıdır	Evet	228	35,0
	Hayır	424	65,0
Katılım bankacılığı kullanmak daha fazla prestij sağlar	Evet	123	18,9
	Hayır	529	81,1
Katılım bankacılığı kullanmak daha güvenilirdir	Evet	330	50,6
	Hayır	322	49,4
Katılım bankacılığı yaşam tarzına daha uygundur	Evet	217	33,3
	Hayır	435	66,7
Faize karşı çok hassasımdır	Evet	220	33,7
	Hayır	432	66,3
Dini konularda hassasımdır	Evet	481	73,8
	Hayır	171	26,2
Bankacılık işlemlerinde çevreye danışma	Aile	247	37,9
	Akraba	214	32,8
	Arkadaş	191	29,3

Katılım bankacılığı kullanıcılarının bu hizmeti tercih ederken önem verdikleri hususlar 5'li likert ölçeği ile değerlendirilmiş ve sonuçlar Tablo 5'te gösterilmiştir. En çok önem verilen hususun cazip finansman desteği ve ödeme imkânları olduğu görülürken, EFT ve işlem ücretlerinin olmaması en az önem verilen husus olarak karşımıza çıkmıştır.

Tablo 5. Katılım Bankacılığı Hizmetinde Önem Verilen Hususlar

Faktörler	Min.	Max.	Mean
Cazip finansman desteği ve ödeme imkânları	1,00	5,00	3,4079
Reklam ve tanıtımlar	1,00	5,00	3,2171
Diğer (ticari) bankalarda olmayan hizmetler	1,00	5,00	3,0066
Cazip ürün, işlem ve hizmet tarifeleri	1,00	5,00	2,9868
Bankanın internet sitesinin güvenliği	1,00	5,00	2,9803
İnternet sitesinin kullanışlı olması	1,00	5,00	2,9276
Personelin hizmet kalitesinin yüksek olması	1,00	5,00	2,8816
Ürün ve hizmet çeşitliliği	1,00	5,00	2,8553
Mobil uygulamasının kullanışlı olması	1,00	5,00	2,7303
Hızlı bankacılık hizmetleri sağlaması	1,00	5,00	2,6711
EFT ve işletim ücretlerinin düşük/hiç olmaması	1,00	5,00	2,5526

Katılım bankacılığı tercihinde etkili olacağı düşünülen değişkenler ile katılım bankacılığı kullanımı arasında istatistiki bakımdan anlamlı bir ilişki olup olmadığını belirlemek amacıyla öncelikle Ki-kare testi uygulanmıştır. Elde edilen sonuçlar Tablo 6’da gösterilmiştir.

Tablo 6. Katılım Bankacılığı Kullanma İle Bağımsız Değişkenler Arasındaki İlişki

Değişken	Ki-Kare Değeri	Prob.	Değişken	Ki-Kare Değeri	Prob.
Cinsiyet	15,714	0,000	Fayda Sağlar	43,217	0,000
Yaş	18,467	0,001	Prestij Sağlar	0,712	0,737
Medeni Durum	6,798	0,009	Daha Güvenilir	5,740	0,020
Eş Çalışma	12,458	0,002	Yaşam Tarzı Uy.	23,023	0,000
Meslek	15,149	0,010	Dini Konu Hassas	15,780	0,000
Gelir	51,482	0,000	Faiz Hassas	25,489	0,000
Eğitim	39,144	0,000	Çevre Etkisi	35,269	0,000
Ailedeki Birey Sayısı	2,027	0,567			
İkamet Yeri	9,793	0,002			

Bağımsız değişkenlerden “ailedeki birey sayısı” ve “prestij sağlar” değişkenleri ile katılım bankacılığı kullanımı arasında anlamlı bir ilişki bulunmadığı ($P>0,05$) için bu değişkenler modelden dışlanmış, anlamlı çıkan değişkenler ile model tahmin aşamasına geçilmiştir. Bu aşamada kullanılan kukla değişkenlere ait veriler Tablo 7’de gösterilmektedir.

Tablo 7. Modelde Yer Alan Değişkenler

Bağımlı Değişken (KB)	KB, 1 = Katılım Bankacılığı Kullanan, 0 = Kullanmayan
Bağımsız Değişkenler	Kukla Değişkenler
Cinsiyet (CNS)	CNS = 1, Erkek; = 0, Kadın
Eş Çalışma (EÇD)	EÇ = 1, Eş çalışıyorsa; = 0, Çalışmıyorsa
İkamet Edilen Yer (İKY)	KN = 1, İl Merkezi; = 0, Diğer
Eğitim Durumu (EGT) Referans Grup = Lisansüstü	EGT1 = 1, İlköğretim; = 0, Değil EGT2 = 1, Lise; = 0, Değil EGT3 = 1, Üniversite; = 0, Değil
Yaş (YAS) Referans Grup = 56 yaş ve üzeri	YAS1 = 1, Yaşı 18-25 ise; = 0, Değil YAS2 = 1, Yaşı 26-35 ise; = 0, Değil YAS3 = 1, Yaşı 36-45 ise; = 0, Değil YAS4 = 1, Yaşı 46-55 ise; = 0, Değil
Gelir (GLR) Referans Grup = 9001 TL ve üzeri	GLR1 = 1, 0-3000 TL ise ; = 0, Değil GLR2 = 1; 3001-4500 TL ise ; = 0, Değil GLR3 = 1, 4501-6000 TL ise; = 0, Değil GLR4 = 1, 6001-7500 TL ise; = 0, Değil GLR5 = 1, 7501-9000 TL ise; = 0, Değil
Faize karşı çok hassasımdır	FAİZ = 1, Evet; = 0, Hayır
Dini konularda hassasımdır	DİN = 1, Evet; = 0, Hayır

Tablo 7’deki değişkenler ile logit model tahmin edilmiştir. Tahmin edilen ilk modelde “demografik ve ekonomik değişkenlerden” medeni durum ve meslek değişkenleri ile “katılım bankacılığı hakkındaki görüşlerden” fayda sağlaması, daha güvenilir olması, yaşam tarzına uygun olması ve çevre etkisi belirlenen önem düzeyinde ($p>0,05$) istatistiki açıdan anlamsız oldukları için modelden dışlanmıştır. İstatistiki açıdan anlamlı olan değişkenlerle nihai model tahmin edilmiş ve sonuçlar Tablo 8’de gösterilmiştir

Tablo 8. Logit Model Sonucu

Değişken**	B	S.E.	Wald	df	P*	Exp(B)	95% EXP(B)	
							Lower	Upper
C	-1,518	1,096	1,917	1	,096	,219		
CNS	-,651	,246	7,009	1	,008	,522	,322	,845
YAS(1)	1,939	,743	6,810	1	,009	6,950	1,620	29,807
YAS (2)	1,694	,610	7,706	1	,006	5,442	1,645	17,996
YAS (3)	1,708	,583	8,580	1	,003	5,515	1,759	17,289
YAS (4)	1,798	,594	9,175	1	,002	6,040	1,887	19,340
EGT(3)	-,743	,306	5,899	1	,015	,475	,261	,866
GLR(1)	-,888	,533	2,774	1	,096	,411	,145	1,170
GLR(2)	-,668	,378	3,114	1	,078	,513	,244	1,077
EÇD	-,693	,326	4,516	1	,034	,500	,264	,948
İKY	,455	,238	3,651	1	,056	1,576	,988	2,512
FAİZ	,690	,304	5,171	1	,023	,501	,277	,909
DİN	,664	,314	4,485	1	,034	,515	,278	,952
Nagelkerke R ²			0,364		-2 Log likelihood			555,777
Cox & Snell R ²			0,228		Hosmer and Lemeshow (sig)			0,218
Model tahmin oranı			%78,4					

*Not: C, GLR1, GLR3 ve İKY %1, diğerleri %5 önem düzeyinde istatistikî bakımdan anlamlı

** Referans Grup Sırasıyla; 56 ve üzeri yaş, Lisansüstü, 9001 TL ve üzeri gelir seviyesi

Tablo 8'deki sonuçlar incelediğinde Nagelkerke R² değerinin 0,364 olması bağımlı değişkendeki değişimin %36,4'nün modelde yer alan bağımsız değişkenler tarafından açıklandığı göstermektedir. Modelin bir bütün olarak uyumunun iyiliğini gösteren Hosmer and Lemeshow testine ait (sig) değeri 0,218 bulunmuştur. Bu sonuç (p>0.05) modelin bir bütün olarak uyumunun iyi olduğunu göstermektedir.

Değişkenlerden katsayılarının işaretleri negatif olan CINS, EGT3, GLR1, GLR2 ve EÇD ile katılım bankacılığı kullanımı arasında negatif yönlü bir ilişki olduğu, YAS1, YAS2, YAS3, YAS4, İKY, FAİZ ve DİN değişkenleri arasında ise pozitif yönde bir ilişki olduğu görülmektedir. Buna göre;

- Erkeklerin kadınlara göre katılım bankacılığı kullanma olasılıklarının 0,552 kat daha az,
- Üniversite (ön lisans/lisans) mezunlarının lisansüstü mezunlarına göre katılım bankacılığı kullanma olasılıklarının 0,475 kat daha az,
- Aylık ortalama geliri 3000 TL ve altında olanların aylık ortalama geliri 9001 TL ve üzerinde olanlara göre katılım bankacılığı kullanma olasılıklarının 0,411 kat daha az,

- Aylık ortalama geliri 3001-4500 TL arasında olanların aylık ortalama geliri 9001 TL ve üzerinde olanlara göre katılım bankacılığı kullanma olasılıklarının 0,513 kat daha az,
- Eşi çalışanların, eşi çalışmayanlara göre katılım bankacılığı kullanma olasılıklarının 0,500 kat daha az,
- Yaşı 18-25 arasında olanların yaşı 56 ve üzerinde olanlara göre katılım bankacılığı kullanma olasılıklarının 6,950 kat daha fazla,
- Yaşı 26-35 arasında olanların yaşı 56 ve üzerinde olanlara göre katılım bankacılığı kullanma olasılıklarının 5,442 kat daha fazla,
- Yaşı 36-45 arasında olanların yaşı 56 ve üzerinde olanlara göre katılım bankacılığı kullanma olasılıklarının 5,515 kat daha fazla,
- Yaşı 46-55 arasında olanların yaşı 56 ve üzerinde olanlara göre katılım bankacılığı kullanma olasılıklarının 6,040 kat daha fazla,
- İl merkezinde ikamet edenlerin diğer (ilçe/köy) yerlerde ikamet edenlere göre katılım bankacılığı kullanma olasılıklarının 1,576 kat daha fazla,
- Faize karşı hassasiyeti yüksek olanların hassasiyeti az olanlara göre katılım bankacılığı kullanma olasılıklarının 0,501 kat daha fazla,
- Dini konularda hassasiyeti yüksek olanların hassasiyeti az olanlara göre katılım bankacılığı kullanma olasılıklarının 0,515 kat daha fazla olduğu tespit edilmiştir.

5. Sonuç ve Öneriler

Temeli 1950’li yıllara dayanan İslami bankacılık hizmetleri Türkiye’de 1980’lerde Özel Finans Kurumların kurulmasıyla başlamıştır. Katılım bankalarının amacı, İslami hassasiyetleri göz önünde bulundurarak finansal piyasalara gelmeyen fonları sisteme dâhil etmek şeklinde ifade edilebilir. Türkiye’de katılım bankacılığı hizmetleri, Albaraka Türk Katılım Bankası, Emlak Katılım Bankası, Kuveyt Türk Katılım Bankası, Türkiye Finans Katılım Bankası, Vakıf Katılım Bankası ve Ziraat Katılım Bankası tarafından verilmektedir.

Bu çalışma, Rize’de bireylerin katılım bankacılığı kullanım tercihlerini etkileyen faktörlerin analiz edilmesi amacıyla gerçekleştirilmiştir. Uygulamada kullanılacak verilerin temini için 652 birey ile online anket gerçekleştirilmiştir. Elde edilen verilerle logit model tahmininde bulunulmuştur. Katılım bankacılığı tercihinde etkisi olduğu düşünülen değişkenler “demografik ve ekonomik değişkenler” ile “katılım bankacılığı hakkındaki görüşlerden” oluşmaktadır. Demografik ve ekonomik değişkenlerden ailedeki birey sayısı, medeni durum ve meslek ile katılım bankacılığı hakkındaki görüşlerden fayda sağlaması, prestij sağlaması, daha güvenilir olması, yaşam tarzına uygun olması ve çevre etkisinin katılım bankacılığı tercihi üzerinde bir etkisinin olmadığı tespit edilmiştir.

Bağımsız değişkenlerden cinsiyet, eğitim durumu, aylık ortalama gelir, eşin çalışma durumu, yaş, ikamet edilen yer, faize karşı hassasiyet ve dini konularda hassasiyet değiş-

kenlerinin katılım bankacılığı tercihini etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Katılım bankası kullanan müşterilerin hizmet aldıkları bankada önem verdikleri faktörler incelenmiş; cazip finansman desteği ve ödeme imkânları, reklam ve tanıtımlar, diğer bankalarda olmayan hizmetler, cazip ürün ve hizmet tarifeleri ile bankanın internet sitesinin güvenliğinin yüksek olması faktörlerinin önemli olduğu tespit edilmiştir.

Dünya İslami Bankacılık sektörüyle kıyaslandığında Türkiye'nin payının oldukça düşük olması ülkemizde katılım bankacılığı sektörüne daha fazla önem verilmesi gerektiğini göstermektedir. Mevduatların sektöre kanalize edilebilmesi için mevduatların sahiplerinin motivasyonlarını artırıcı faaliyetlerin yapılması gerekmektedir. Bu noktada çalışma Rize ölçeğinde yapılmış olsa da bireylerin katılım bankacılığı tercihlerinde etkili olan faktörlerin belirlenmesi yönüyle önem arz etmektedir. Literatürde yer alan bazı çalışmalarda (Ramadan 2013; Yıldırım ve Çakar, 2016) din etkisinin katılım bankacılığı tercihi üzerinde tek başına herhangi bir etkisinin olmadığı belirlenmesine rağmen bu çalışma da dâhil olmak üzere birçok çalışmada (Al-Ajmi, Hussain ve Al-Saleh, 2009; Mumu ve Guozho, 2012; Geçtürk ve Çobankaya, 2015; Törenek ve Yavuz, 2018) katılım bankacılığı tercihinde din etkisinin önemi ortaya koyulmuştur. Ancak çalışmaya katılanların %73,8'i dini konularda hassas olduğunu ifade etmelerine rağmen katılım bankacılığı kullanan müşterilerin çok düşük seviyelerde olması sistemin yeterince tanıtılmadığını göstermektedir. Bu noktada ilahiyat alanında uzman kişiler ve diyanet gibi dini otoritesi yüksek kurumlarla işbirliği yapılarak sistemin dini konularda hassasiyetine yönelik daha etkili tanıtım faaliyetlerinin yapılması gerektiği önerilmektedir.

Ulusal ölçekli reklam ve tanıtım faaliyetlerinin yanında mikro ölçekte faaliyetler yapılmasının ayrıca katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Şöyle ki, çalışmada il merkezinde ikamet edenlerin diğer yerlerde (ilçe/köy) ikamet edenlere göre katılım bankacılığı kullanımlarının daha fazla olduğu sonucuna ulaşılmıştır. İlçelerde katılım bankası şubelerinin olmamasının bu durumu etki eden nedenlerden biridir. Banka yetkililerinin şube bulunmayan yerleşim yerlerine belirli periyotlarla tanıtıcı faaliyetler amacıyla gitmesinin faydalı olacağı aşikârdır. Potansiyel müşterilerin bizzat yetkili bir ağızdan somut örneklerle sistemi dinlemesinin çok daha etkili olacağı düşünülmektedir. Ayrıca, sisteme katılan fonların değerlendirme şekillerinin yer aldığı sektör raporlarının sade ve anlaşılır bir şekilde tabana yaygınlaştırılması da ilave faydalar sağlayacaktır.

Konuya ilgi duyan araştırmacıların çalışmayı bölgesel ve ulusal ölçekte genişletmesi geçerliliği yüksek bulgulara erişilmesine katkı sağlayacaktır.


Kaynakça

Albayrak, A. R. ve Özsoy, Ş. (2019). Katılım bankacılığı ekosistemi: Paydaşlar, kurumlar ve piyasalar. Görmüş, Ş, Albayrak, A. ve Yabancı, A. (Editörler). *Yaşayan ve Gelişen Katılım Bankacılığı*. 2. Baskı, İstanbul: TKBB Yayınları, s.77-98'deki Bölüm.

- Al-Ajmi, J., Hussain, H. A. ve Al-Saleh, N. (2009). Clients of conventional and Islamic banks in Bahrain: How they choose which bank to patronize. *International Journal of Social Economics*, 36(11), 1086-1112.
- Amin, H., Rahman, A. R. A., ve Razak, D. A. (2014). Consumer acceptance of Islamic home financing. *International Journal of Housing Markets and Analysis*, 7(3), 307- 332.
- Anaç, T. ve Kaya, F. (2017). Bireysel müşterilerin katılım bankacılığını tercih etmesini etkileyen faktörler. *Bartın Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 8(15), 145-182.
- Atkinson, A., ve Messy, F. A. (2011). Assessing financial literacy in 12 countries: An OECD/INFE international pilot exercise. *Journal of Pension Economics and Finance*, 10(4), 657-665.
- Bankacılık Düzenleme ve Denetleme Kurumu, BDDK (2021). Bankalar, web: <https://www.bddk.org.tr/kuruluslar-kategori/bankalar/1> adresinden 2 Mayıs 2021'de alınmıştır.
- Çokluk, Ö. (2010). Lojistik regresyon analizi: Kavram ve uygulama. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri*, 10(3), 1357-1407.
- Dusuki, A.W. ve Abdullah, N. I. (2007). Why do Malaysian customers patronise Islamic banks. *International Journal of Bank Marketing*, 25(3), 142-160.
- Ersoy, A. ve Hazıroğlu, T. (2019). İslam iktisadı ve finansın temel ilkeleri. Görmüş, Ş, Albayrak, A. ve Yabanlı, A. (Editörler). *Yaşayan ve Gelişen Katılım Bankacılığı*, 2. Baskı, İstanbul: TKBB Yayınları, s.39-77'deki Bölüm.
- Gençtürk, M., ve Çobankaya, F. T. (2015). Katılım bankalarının Batı Akdeniz bölgesindeki farkındalık düzeyinin tespiti. *Bankacılar*, 26(93), 82-105.
- Görmüş, Ş. ve Yabanlı, A. (2019). Katılım bankacılığı ekosisteminin gelişimi. Görmüş, Ş, Albayrak, A. ve Yabanlı, A. (Editörler). *Yaşayan ve Gelişen Katılım Bankacılığı*, 2. Baskı, İstanbul: TKBB Yayınları, s.99-135'teki Bölüm.
- Hazıroğlu, T. (2019). Katılım felsefesi ve insani bankacılık. Görmüş, Ş, Albayrak, A. ve Yabanlı, A. (Editörler). *Yaşayan ve Gelişen Katılım Bankacılığı*, 2. Baskı, İstanbul: TKBB Yayınları, s.39-77'deki Bölüm.
- Hosmer D.W., ve Lemeshow, S. (2000). *Applied logistic regression*, 2.Edit. New York: John Wiley & Sons, Inc. DOI: 10.1002/0471722146.
- İslami Finansal Hizmetler Kurulu, IFSB (2020), İslami Finansal Hizmetler Sanayi İstikrar Raporu, <http://www.ifsb.org> adresinden 12 Mayıs 2021'de alınmıştır.
- Khattak, N. A. ve Rehman, K. U. (2010). Customer satisfaction and awareness of Islamic banking system in Pakistan. *African Journal of Business Management*, 4(5), 662-671.

- Marimuthu, M., Jing, C. W., Gie, L. P., Mun, L. P. ve Ping T. Y. (2010). Islamic Banking: Selection criteria and implications, *Global Journal of Human Social Science*, 10(4), 52-62.
- Mumu, F., Guozho, J., (2012). Why do Pakistani customers patronize Islamic banks: An empirical analysis, *World Academy of Science, Engineering and Technology*, 6, 1945-1949.
- Özer, H. (2004). *Nitel değişkenli ekonometrik modeller: Teori ve Bir Uygulama*. Ankara: Nobel Yayıncılık
- Özsoy, İ., Görmez, B., ve Mekik, S. (2013). Türkiye’de katılım bankalarının tercih edilme sebepleri: Ampirik bir tetkik. *Yönetim ve Ekonomi: Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 20(1), 187-206.
- Ramadan, Z. S. (2013). Jordanian criteria for Islamic banks selection: evidence from the Jordanian banking sector. *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences*, 3(3), 139–145.
- Tatlı, H. (2013). Konut sahipliğinin belirleyicileri: Hanehalkı reisleri üzerine bir uygulama. *Akademik Yaklaşımlar Dergisi*, 4(2), 40-63.
- Tekin, B. (2019). Üniversite öğrencilerinin katılım bankacılığına yönelik bilgi, algı ve farkındalık düzeyleri ve tercihlerine etkisi. *Uluslararası Bilimsel Araştırmalar Dergisi (IBAD)*, 4(1), 135-150.
- Törenek, M., ve Yavuz, S. (2019). Türkiye’de katılım bankalarının tercih edilme nedenleri üzerine bir araştırma. *Verimlilik Dergisi*, 1, 199-218.
- Türkiye İstatistik Kurumu (TUIK) verileri (2021). www.tuik.gov.tr, adresinden 10 Nisan 2021’de alınmıştır.
- Türkiye Katılım Bankaları Birliği, TKBB (2021a). web: <https://tkbb.org.tr/Documents/Yonetmelikler/TKBB-Katilim-Bankaciligi-Nedir-Brosur.pdf>, adresinden 19 Nisan 2021’de alınmıştır.
- Türkiye Katılım Bankaları Birliği, TKBB (2020a). *2020 yılında katılım bankaları finansal ve mali tablolar*. web: https://tkbb.org.tr/Documents/Yonetmelikler/TKBB_FR20_TR_KOD2.pdf, adresinden 2 Mayıs 2021’de alınmıştır.
- Türkiye Katılım Bankaları Birliği, TKBB, (2020b). *Türk finans sisteminde katılım bankacılığı*. web: <https://tkbb.org.tr/Documents/Turk-Finans-Sisteminde-Katilim-Bankaciligi-Aralik-2020.pdf>, adresinden 3 Mayıs 2021’de alınmıştır.
- Türkiye Katılım Bankaları Birliği, TKBB, (2021b). web: <https://tkbb.org.tr/banka-bilgileri>, adresinden 10 Mayıs 2021’de alınmıştır.
- Yıldırım, I., ve Çakar, R. (2016). A study on the factors influencing the preference of Islamic banking. *Press Academia Procedia*, 2(1), 552-563.

Ek 1. Etik Kurul Kararı


T.C.
RECEP TAYYİP ERDOĞAN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL VE BEŞERİ BİLİMLER ETİK KURULU
DEĞERLENDİRME RAPORU


Toplantı Tarihi : 23/03/2021
Toplantı K. Sayısı : 2021/71


Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi Fırdıklı Uygulamalı Bilimler Yüksek Okulu
Dr.Öğr.Üyesi Önder DİLEK " Katılım Bankacılığın Kullanımını Etkileyen Faktörler: Rize
Örneği" isimli projesi kapsamında yürütülecek çalışmalar için izin talebi kurulumuzca
değerlendirilmiş olup;

Etik açıdan uygun bulunmuştur.

Etik açıdan uygun bulunmamıştır.

Etik açıdan önerilen değişikliklerin yapılmasıyla uygun bulunmuştur.


Prof. Dr. Ahmet İshak DEMİR
Başkan



Recep Tayyip Erdoğan Üniversitesi Fener Mah. Zihni Deveci Yerleşkesi 53100 RİZE
Tel: 0464 223 41 00 Faks: 0464 223 65 28
www.erdogan.edu.tr